

上海太和水科技发展股份有限公司
2023 年度向特定对象发行 A 股股票
募集资金运用可行性分析报告

二〇二三年四月

一、本次向特定对象发行股票募集资金运用的概况

本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过 42,000 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额全部用于如下项目：

序号	项目名称	拟投资总额（万元）	募集资金拟投入金额（万元）
1	饮用水扩产项目	7,705.91	7,700.00
2	营销渠道与品牌建设项目	28,531.42	28,300.00
3	补充流动资金	6,000.00	6,000.00
合计		42,237.33	42,000.00

在本次向特定对象发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

本次向特定对象发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将在符合相关法律法规的前提下，在最终确定的本次募投项目范围内，根据实际募集资金数额，按照项目实施的具体情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

二、本次募集资金使用的必要性与可行性分析

（一）饮用水扩产项目

1、项目基本情况

本项目投资总额为 7,705.91 万元，项目建设期为 24 个月。本项目拟在自有场地新建厂房，并购置水处理系统、吹灌一体机、包装输送系统、净化系统、电气控制设备等生产及配套设备。项目建成后将提升公司饮用水产品的产能，满足在消费水平提高、健康饮水理念广泛传播下不断扩大的消费者需求，有利于公司的饮用水业务升级，加快公司“水”核心产业链的战略布局。

项目实施主体为黑龙江海赫饮品有限公司，实施地点位于中国黑龙江省齐齐哈尔市拜泉县永勤乡荣胜村。

2、项目投资概算

本项目投资总额为 7,705.91 万元，拟使用募集资金 7,700.00 万元。

序号	工程或费用名称	拟投资总额（万元）	占总投资比例
1	固定资产投资	6,130.50	79.56%
1.1	建筑工程	1,620.00	21.02%
1.2	设备购置费	4,510.50	58.53%
2	基本预备费	490.44	6.36%
3	铺底流动资金	1,084.97	14.08%
合计		7,705.91	100.00%

注：合计数与各明细数直接相加之和在尾数上存在差异系四舍五入导致的尾差。

3、项目涉及的报批事项

本项目所涉及备案与环评手续正在办理中。

4、项目经济效益

经测算，本项目预计税后内部收益率为 24.97%，税后投资回收期（含建设期）为 6.27 年。

5、项目必要性分析

（1）探索“水资源利用”的多样性，延伸公司以“水”为核心的产业链条

公司深耕水环境生态治理行业多年，近年来随着水环境治理行业渗透率逐渐提高，行业进入相对平稳的发展时期。公司遵循“保存量、提增量、求变量”的发展思路，积极尝试围绕主业进行业务扩展。在求变量方向，公司从“水环境治理”环节出发，探索“水资源利用”的可能性，开拓饮用水新业务领域，延伸公司以“水”为核心的产业链条。2022 年 8 月，公司完成对海赫饮品的收购，依托黑龙江省齐齐哈尔市拜泉县优质天然苏打水水源，进行饮用水产品生产和销售。

本项目是公司进一步深入布局包装饮用水领域的重要举措，助力公司多元化产业布局，实现产业链条延伸，为公司未来业绩增长积蓄潜力，进一步提高公司综合竞争力，实现可持续高质量发展。

（2）消费者保健意识与日俱增，自带健康属性的天然苏打水迎来发展良机

苏打水是碳酸氢钠的水溶液，PH 值呈弱碱性，可中和胃酸、抗氧化。现代人群的饮食多偏酸性，需要酸碱平衡，缓解消化不良症状，故饮用一定量的苏打水有利于保持健康。随着人们消费水平的提高以及健康饮水理念的广泛传播，消费者意识到含有较多糖分、添加剂、防腐剂和钠离子的饮料对健康的危害，逐渐选择无糖、零脂、零卡的饮用水产品替代高糖饮料。

尽管我国苏打水行业起步较晚，但经过市场培育，用户群体不断增多，市场发展前景广阔。尤其是天然苏打水，自然开采、不含人工添加剂，呈天然弱碱性，富含钾、钠、钙、镁、锶、碳酸氢根、硫酸根、氯离子、偏硅酸等离子状态的微量元素，更易被人体吸收。天然苏打水自带健康属性，逐渐得到消费者的青睐。根据 WISWIFT 调研数据，中国苏打水整体市场规模在 2019 年为 150 亿元左右，预计 2025 年将达到 320 亿元。在健康消费趋势的推动下，天然苏打水产品类将迎来发展良机。

在此背景下，公司现有产能已无法满足未来市场快速增长的需求，亟需进一步扩大公司饮用水产品的产能，以夯实和提高公司在大健康消费领域的市场份额。本项目的实施将持续提升产品品质和健康属性附加值，有效提升公司的业务规模，开拓增量市场，培育新的利润增长点。

(3) 积极开拓苏打水产品蓝海市场，提升市场份额

相对欧美市场，中国苏打水市场发展步伐相对较慢，市场仍有待开发。尤其苏打水凭借“健康”属性作为高端水产品，利润相对较高，各大饮料品牌商开始加快布局苏打水产品市场的步伐。但是，苏打水产品市场竞争格局较为分散，品牌呈现百花齐放的状态，目前尚未形成明显的品牌心智。因此，公司把握机遇，抓准时机，扩大产能的同时通过品牌宣传和市场培育，逐步提升公司苏打水产品的认知度，扩大未来市场份额的上升空间。

公司将凭借多年深耕水环境生态治理的经验，在本项目中严格把控饮用水产品的品质，以高品质口碑迅速获取消费者信任，有利于提升公司在饮用水市场的份额。

6、项目可行性分析

(1) 本项目水源地资源丰富，生态环境和原水品质优良

本项目的水源位于黑龙江省拜泉县，是我国仅有的三大天然苏打水水源点之一，占据着得天独厚的资源优势。拜泉县生态环境优良，半径 100 公里内没有对地下水污染的污染源，境内人工造林 123 万亩，曾获联合国环境组织颁发的“地球奖”，并被联合国工业发展组织评为国际生态工程一等奖和国际优秀绿色产业示范区。据齐齐哈尔市水利勘测设计研究院 2010 年出具的《拜泉县永勤乡荣胜村天然苏打水开发水资源论证报告》，公司所处水源地的地下水主要用于农村生活用水，开采量远小于可开采量，项目周边没有较大的用水户，因此对周边水资源及环境地质不会产生影响。

(2) 公司具备规模化生产能力，本项目技术条件成熟

依托黑龙江省齐齐哈尔市拜泉县优质天然苏打水水源，公司自水源地取水后经过物理过滤及臭氧杀菌，然后瓶装完成，取水及生产瓶装过程未添加任何添加剂，凭借先进生产工艺，采用国内先进的生产灌装设备，实现高度自动化生产和封闭式取水灌装。公司现有苏打水生产线已形成较为成熟的工艺流程管控体系，人员操作熟练，安全措施设置完善。此外，公司在饮用水领域获得一系列资质认证，具有领先的生产管理水平。目前，公司已经通过了质量管理体系 ISO9001 认证和食品安全管理体系 ISO22000 认证。综上，公司生产管理经验丰富，管理规范，本项目具备技术可行性。

(3) 项目实施地交通情况良好，为本项目提供运输保障

项目实施地所属的齐齐哈尔市物流枢纽地位突出，是《国家综合立体交通网规划纲要》全国性综合交通枢纽城市，是国家综合立体交通网 8 条主通道的重要节点城市，在 2021 年被《国家骨干冷链物流基地建设实施方案》列为国家骨干冷链物流基地承载城市，是“四横四纵”国家冷链物流骨干通道网络上横向北部大通道上的重要节点城市。由于饮用水工厂必须靠近水源地，而水源地多处于山区，普遍运输成本较高，产品销售规模扩张易受到限制。然而，本项目所在地拜泉县通过科学规划，加大交通基础设施投入，实现了公路与铁路的有效对接互通，并规划修建哈尔滨至北安的铁路，在拜泉镇区设站场，提升拜泉县的交通运输能力，保证货物的快速转运。

因此,拜泉县内所产苏打水产品可以充分利用齐齐哈尔市发达的铁路、公路、航空、水运多式联运物流资源,特别是其作为中国铁路交通枢纽,信息化经营等物流管理理念优越、智能化物流基础设施发展具有优势,为本项目有效降低运输成本,提供运输保障。

(二) 营销渠道与品牌建设项目

1、项目基本情况

本项目投资总额为 28,531.42 万元,项目建设期为 36 个月。本项目计划加大品牌建设推广及营销渠道建设费用,同时设立 125 个线下体验中心,在全国架设能支撑前端销售业务顺利开展的营销网络。本项目的实施将进一步提升公司的品牌影响力,拓宽公司的销售网络,促进业务发展,是公司进军高端饮用水市场的重要战略布局。

项目实施主体为上海常清食品饮料销售有限公司,实施地点为上海总部及全国其他区域。

2、项目投资概算

本项目投资总额为 28,531.42 万元,拟使用募集资金 28,300.00 万元。

序号	工程或费用名称	拟投资总额(万元)	占总投资比例
1	营销渠道建设费	12,500.00	43.81%
2	品牌建设费	6,900.00	24.18%
3	区域营销中心和体验中心建设	9,131.42	32.00%
合计		28,531.42	100.00%

注:合计数与各明细数直接相加之和在尾数上存在差异系四舍五入导致的尾差。

3、项目备案与环评情况

本项目所涉及备案手续正在办理中。

根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条、《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定,本项目不属于环保法规规定的建设项目,不需要进行项目环境影响评价,亦不需要取得主管环保部门对上述项目的审批文件。

4、项目经济效益

本项目并不直接带来经济效益，但对公司创造的综合效益助力显著。本项目的实施主要目的是提升公司的品牌影响力和销售能力，为公司产品销售、业务规模的扩大提供进一步保障，同时，也能提升公司的客户服务能力和市场需求挖掘能力，提升公司综合竞争力。

5、项目必要性分析

（1）本项目的实施是提升公司品牌影响力和认知度的需要

公司打造的自有品牌“TAIHESHUI”饮用水产品，销售数量提升明显，已成为苏打水领域的代表性品牌之一。但从销售的覆盖区域与整体销售情况看，公司在自有品牌建设和营销投入上仍显不足，相较于成为饮用水领域的头部品牌仍有提高的空间。此外，近年来，随着消费者消费理念和健康意识的提高，消费者越来越倾向于选择品质优异、具有良好品牌口碑的产品，能否持续提升公司品牌影响力和在消费者中的认知度，决定了公司能否保持健康发展。

品牌知名度的提升需要企业长期、持续的投入，因此公司拟通过“营销渠道与品牌建设”项目的实施加大品牌建设投入，同时在全国范围内设立营销网络体系，进一步提高公司的品牌在市场的知名度，同时支撑公司高端饮用水产品的销售。

（2）拓展销售多元渠道网络，优化公司整体发展的战略布局

一方面，在我国社会经济快速发展的背景之下，居民可支配收入的提高带动了消费者的消费意愿的提高，同时，居民的消费需求也逐渐升级，由原先的重视用途转向对于品牌内在文化的探索和情感需求、场景需求等，线下体验成为消费者购买意愿的重要决定性因素。另一方面，近几年，随着 5G 网络、人工智能、云计算等核心技术的发展，使得新时代的销售渠道和营销传播方式逐渐多元化，加之众多新媒体开始关注细分市场，精准定位受众群体，并逐渐走向社群转化，仅借助线下渠道进行营销推广已不适应新时代的发展。目前，更多的品牌不仅仅只依靠线下专卖店、体验店等方式进行品牌传播，也依托电商渠道、直播、私域流量、社区社群等方式更加快速有效地推动产品的传播，并迅速建立起品牌效应。

鉴于此，公司必须加快销售多元渠道网络的建设，建立线下体验中心联动营销网络，同时深入拓展以电商平台、社区团购、私域电商为代表的线上新型零售渠道，搭建专业营销团队，加速整体发展战略布局。

在线下渠道方面，本项目将在上海总部以及全国其他省市设立 125 个线下体验中心，分设旗舰店、标准店及加盟店三类，以华东、华南、西南地区设立 5 家区域营销中心及旗舰店为中心，通过 20 家标准店和 100 家加盟店辐射全国。体验中心通过线下体验营销的方式，结合多种交互手段，充分刺激和调动消费者的感官、情感、思考、行动、联想等感性因素和理性因素，促进消费者与品牌之间双向传播，将产品渗透、下沉至各个区域市场。同时，本项目将会配套建设运营及配送网络，将各个体验中心的运营及物流运输功能进行联动，形成总店到旗舰店、标准店的网状管理结构，降低公司运营成本，建立规模效应，抢占市场份额增量。

此外，在线上渠道方面，公司将形成“传统快消渠道+以电商平台、社区团购为代表的新零售渠道”销售网络，完成公司整体“产+销”的链路闭环战略布局，实现全方位、多角度地触达终端消费者，挖掘更多精准潜在用户，完成销售转化。同时，通过多渠道运营，能够强化品牌与客户之间的联系，多维度、立体化地吸引更多精准用户，形成高忠诚度的品牌粉丝群体，实现“营+销”的链路闭环和营销推广效益的最大化。

(3) 广域的营销网络消化新增产能，助力公司进军高端饮用水市场

饮用苏打水在国外已经较为普遍，近年来，虽然我国苏打水行业市场发展速有所加快，但相比欧美国家仍有较大的差距。根据 WISWIFT《苏打水市场报告》，2018 年全球苏打水行业市场份额统计显示，中国饮用苏打水在全球市场占比仅 7.20%，相比之下欧洲国家占比高达 54.10%，中国饮用苏打水市场未来具备较大的发展潜力。

此外，随着居民健康意识的提升，日常饮用水已不再局限于矿泉水、纯净水、功能饮品或茶饮料，居民对饮品的健康性和功能性有了更深层次的需求，低糖、低热量、少添加、轻饮料逐渐成为消费趋势。而苏打水相比传统饮品具有以下特点：自然开采，无添加，不含人工添加剂，不会为人体带来负担；富含碳酸氢钠、

偏硅酸、锶、钾、钙等多种对人体有益的矿物质和微量元素；呈天然弱碱性，能够传输氧气，调节新陈代谢，帮助人体排出酸性废物，长期饮用有利身体健康。苏打水产品具备健康属性，且符合当下“无糖、0 脂、0 卡”的消费潮流，未来发展空间广阔。根据 WISWIFT《苏打水市场报告》，2019 年中国苏打水整体市场规模为 150 亿元左右，预计到 2025 年国内苏打水市场规模将达到 320 亿元，未来 10 年苏打水品类的整体市场规模将有望达到 400-500 亿元。

在国内苏打水市场持续发展良好的背景下，公司需抓住行业发展机遇，促进公司业务规模的快速发展。为此，公司在未来三年将对现有产能进行扩产，相应而来的产能消化问题是公司目前较为迫切的问题。但目前公司的营销网络规模较小，在人员数量、人员架构、物流仓储体系、设备配置等方面皆不够完善，在营销能力上不足以满足现有产能的消化。因此，随着公司业务的不间断扩大，现有的营销网络能力不足以支撑未来三年规划中的产能扩张，公司亟需加大营销网络建设投入，以支撑公司业务发展的需要。

6、项目可行性分析

（1）广阔的市场前景是项目落地的重要基础

一方面，在我国社会经济快速发展的背景之下，居民可支配收入的提高带动了消费者的消费意愿的提高，推动我国瓶装饮用水市场向好发展；其次，随着消费者对健康意识的加强，越来越多消费者意识到碳酸饮料、果汁饮料等功能性饮料对健康的危害，开始选择无糖、健康的瓶装饮用水如矿泉水、苏打水等产品替代功能性、高糖饮料，推动我国瓶装饮用水市场的需求量增长；再者，随着居民消费水平、消费倾向和观念的升级，居民对中高端饮用水产品的需求日益增加，尤其是高端产品如苏打水等对人体健康有积极作用的瓶装饮用水需求量将迎来较快增长。

综上所述，居民可支配收入的增加将会提高居民的消费意愿，加之居民健康意识的提高，将带动中国瓶装饮用水整体市场需求提升，并且未来有望不断扩容。广阔的市场空间将是项目落地的重要基础，有利于本项目的顺利开展，缩短营销效益的回报周期。

（2）优秀的水源水质和产品品质是推进营销建设顺利进行的坚实基础

在水源水质方面，公司源水取自黑龙江齐齐哈尔拜泉县天然苏打水保护区，是世界珍稀的三大冷泉之一。根据齐齐哈尔市水利勘测设计研究院 2010 年出具的《拜泉县永勤乡荣胜村天然苏打水开发水资源论证报告》，公司所处水源的主要指标为：地下水化学类型为 NaHCO_3 ，碳酸氢钠含量达到 376.59mg/L，碳酸氢根含量 266.29mg/L，PH 值 7.5-8.5，符合天然苏打水的国际标准，优于世界其他国家苏打水水质。公司所在水源地苏打水与其他地区苏打水水质指标对比如下：

地区	PH 值	NAHCO_3 (mg/L)
俄罗斯	7.2-8.5	>340
法国	7.5-8.5	340
德国	7.5-8.5	340
公司水源地	7.5-8.5	376.59

在产品品质方面，公司坚持在水源地罐装，并结合公司多年在水质处理方面的经验和公司严格的质量管控体系，对水体进行过滤消毒，并利用先进生产设备进行高度自动化生产，取水与生产过程中未添加任何人工添加剂，确保了产品的安全可靠性和品质一致性。

因此，水源水质和产品品质的优势能有利于公司营销工作的顺利开展，同时也是公司打造自有品牌，扩大品牌影响力的坚实基础。

(3) 公司作为专业水质处理服务商为品牌营销提供强大背书

作为国内从事水环境生态治理的专业公司，公司自成立以来一直注重行业技术的研究与实际运用、相关人才的培育、市场经验的积累、服务区域的扩大，得益于多年在水质处理领域的积累，公司在水质检测方面的技术水平具有一定的领先性。在水利部、国家发改委、各专业机构等先进、实用技术评选和项目效果评选中，公司的技术和项目治理效果曾获得相应机构的认同与嘉奖。其中包括入选水利部推广中心等评选的《雄安新区水资源保障能力技术支撑短名单》、中国科学技术协会等主办的 2018 青岛国际水大会的“水业中国”星光奖等。

因此，在消费者对健康意识持续加强和对产品品质、质量安全等方面重视程度不断提高的背景下，公司多年来在水质处理方面的技术积累和打下的良好品牌口碑，能为公司的高端饮用水产品的品质保证提供站台，有利于公司打造饮用水

产品领域的自有品牌，从而进一步提高公司产品品牌在市场的知名度，扩大影响力。

（三）补充流动资金项目

1、项目基本情况

公司拟使用募集资金 6,000.00 万元用于补充流动资金，以满足公司经营规模持续增长带来的资金需求。

2、项目必要性分析

（1）优化资本结构，增强抗风险能力

本次募集资金计划部分用于补充流动资金，有助于增强公司资金实力，提高公司的抗风险能力、财务安全水平及财务灵活性，为本次项目落地及公司持续发展提供有力保障，降低公司经营风险，增加流动资金的稳定性、充足性，提升公司市场竞争力。

（2）实际控制人认购，支持上市公司发展，提升市场信心

截至本预案出具日，上市公司控股股东及实际控制人何文辉先生持有公司 25,553,567 股股票，占公司股权比例为 22.56%，此外，何文辉还持有微林清泉 18.56% 的出资额，微林清泉持有公司 2,284,330 股股票，占公司股权比例为 2.02%。基于对上市公司发展前景的信心，为支持上市公司持续发展，何文辉先生拟通过本次发行增持上市公司股份。公司实际控制人以现金认购本次发行的股份，充分体现了公司实际控制人对公司未来发展的信心，有利于公司提高发展质量和效益，提振市场信心，符合公司及全体股东利益。

3、项目可行性分析

（1）公司是国内水环境生态治理行业的优秀企业，具有持续稳健发展的基础

经过多年发展，公司在行业内铸就了一定的品牌影响力，与客户建立紧密的合作关系，赢得了良好的市场口碑。本次发行募集资金到位并补充流动资金后，公司资本实力将得到加强，有利于提高公司财务灵活性和市场竞争力，保障公司

经营战略的实施，符合公司当前实际发展需要。

(2) 本次发行募集资金使用符合法律法规的规定

公司本次向特定对象发行股票募集资金使用符合相关政策和法律法规，具有可行性。本次发行募集资金到位后，一方面公司资产负债率将下降，有利于改善公司资本结构与流动性水平；另一方面充足的资金将为公司经营发展保驾护航，提升公司盈利能力及市场竞争力。

(3) 本次发行募集资金使用具有治理规范、内控完善的实施主体

公司已按照上市公司的治理标准建立了以法人治理结构为核心的现代企业制度，并通过不断改进和完善，形成了较为规范的公司治理体系和完善的内部控制环境。在募集资金管理方面，自公司上市以来，严格按照最新监管要求对募集资金专户存储、投向变更、管理与监督等进行了明确规定。

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司已制定《上海太和水科技发展股份有限公司募集资金管理制度》，本次发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金的存储及使用，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。

三、本次募集资金投资项目对公司经营管理、财务状况等的影响

(一) 对公司经营管理的影响

本次募集资金扣除发行费用后将全部用于饮用水扩产项目、营销渠道与品牌建设项目和补充流动资金。公司可利用本次发行的募集资金发展饮用水业务，具有良好的市场发展前景和经济效益。同时，公司的资金实力及资产规模将有效提升，抗风险能力得到增强。

(二) 对财务状况的影响

本次发行完成后，公司总资产和净资产规模将得以提高，可有效增强公司的资本实力。通过提高权益融资比例，公司资产负债率得以降低，流动资产尤其是货币资金占比将有所增加，有利于优化资本结构，降低财务风险。同时，低风险

的资本结构将进一步降低融资成本，实现企业价值最大化。

四、募集资金投资项目可行性结论

本次发行募集资金投资项目符合相关政策和法律法规，符合公司的现实情况和战略需求，有利于提高公司的核心竞争力、巩固公司市场地位，符合全体股东的根本利益。因此，本次募集资金投资项目是必要的、可行的。

（本页无正文，为《上海太和水科技发展股份有限公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票募集资金运用可行性分析报告》之盖章页）

上海太和水科技发展股份有限公司

2023 年 4 月 5 日